

УДК 159.964.26 + 7.012

**Т. Ю. Быстрова
Л. В. Токарская**

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИДЕЙ З. ФРЕЙДА В ПРОЕКТИРОВАНИИ И АНАЛИЗЕ ПРОДУКТОВ ДИЗАЙНА*

В работе определен ряд идей З. Фрейда, опора на которые помогает лучше понять как существующие продукты дизайна, так и возможную смену проектной парадигмы. В первую очередь речь идет о преодолении установки на создание обезличенных типовых продуктов, существующей с 1920-х гг. до нашего времени, и о самоопределении более адресных сфер дизайна, таких как детский дизайн, дизайн, выполненный с учетом психологических особенностей женщин, и т. п. Использование идей З. Фрейда способно существенно трансформировать структуры предметного мира и повседневную культуру людей.

К л ю ч е в ы е с л о в а: психоаналитическая теория, дизайн, продукт дизайна, форма, формообразование, творчество, предметный мир, предметно-пространственная среда.

Психоаналитик лишь изредка чувствует побуждения к эстетическим изысканиям и уж не в том случае, когда эстетику сужают до учения о прекрасном, а когда представляют ее учением о качествах нашего чувства.

З. Фрейд [7, 5]

Данный материал возник как результат более чем десятилетнего осмысления идей З. Фрейда в связи с анализом продуктов дизайна — промышленного, графического, дизайна костюма. Не претендуя на полноту и новизну интерпретации психоаналитической теории, авторы обращают внимание прежде всего на методологический потенциал подхода З. Фрейда в сфере создания промышленным способом типовых (а значит, экономически выгодных и конструктивно целесообразных) форм для все более отчетливо осознающих свою телесную и ментальную неповторимость потребителей. Распространение дизайна как проектной методологии и способа создания предметно-пространственной среды во все новых сферах социального и индивидуального пространства ставит вопрос об их более-менее адекватной и всесторонней экспертной оценке, в том числе с учетом воздействия на психику и состояние пользователей. По мере ухода от претендовавшей на универсальность модернистской доктрины и открытия дизайном XXI в. новых целевых аудиторий, таких как дети, пожилые люди, люди с ограниченными возможностями здоровья, посетители музеев, слушатели онлайн-курсов, спортсмены, горожане, стоящие в пробках, и т. п., вопрос соотношения всеобщего и индивидуального в формообразовании встает все более остро.

В то время как теория архетипов К. Г. Юнга активно используется в работах по маркетингу, коммуникациям, брендингу [4], ее великий предшественник

* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ (грант № 17-36-01100).

Зигмунд Фрейд (1856–1938) недооценен практиками. Доказательством тому служит полное отсутствие ссылок на его идеи в работах по теории дизайна или архитектуры.

Приблизить открытия З. Фрейда к проектированию и оценке существующих продуктов дизайна в любой сфере — значит начать глубже понимать некоторые закономерности организации предметного мира, культурного пространства в целом. Одновременно фрейдовская теория, уводя от типовых подходов, позволяет корректировать проектные установки дизайнеров.

Время, когда в дизайне и теории дизайна возможно было оперировать понятием «человек», учитывающим только коллективное и всеобщее, очевидно, закончилось. Усредненный обобщающий подход, необходимый, например, при создании типовой продукции с большим тиражом, находится в явном противоречии с ведущей тенденцией современной культуры — развитием самосознания человека и нарастанием роли индивидуального начала, в том числе в предметной сфере. Он препятствует и креативным находкам: чем полнее понят пользователь, тем оригинальнее форма.

Поскольку представители культурологии довольно мало внимания уделяют исследованию структур материального мира, тема практически не разрабатывалась, в особенности применительно к дизайну. Сам З. Фрейд чаще понимает предметы в связи с анализом сновидений, табу или других психических феноменов, акцентируя внимание на их символических значениях, которые, конечно, не могут не быть связаны с формами и структурами «реальных» прообразов [6].

Структура статьи подчинена основному тезису о прямом и косвенном влиянии фрейдовского представления о динамичном и индивидуальном психическом устройстве человека на уже существующие и будущие продукты дизайна. В ряде моментов мы не разделяем дизайн и искусство как проявления единой творческой и эстетической способности человека, хотя обычно настаиваем на четкости такого разделения в проектной деятельности [3, 321–323].

Диалектика всеобщего и индивидуального — основа современного проектирования вещей

Большинство рационалистических моделей человека в западноевропейской философии и науке, от Платона до И. Канта, связаны с выделением в них универсалий либо всеобще значимых черт. В свою очередь, в проектировании это приводит к использованию схематизированной и достаточно статичной модели человека как редуцированной совокупности количественных показателей. И если, к примеру, архитектура и градостроительство выполняют задачи такого уровня, что этих характеристик достаточно для создания целесообразной и вместе с тем эстетически выразительной формы, то более «близкие» (Дж. Нельсон) к человеку вещи возникают лишь тогда, когда проектировщик учел особенности психического склада, социокультурного контекста, ценностной шкалы пользователя.

Развитие промышленного и графического дизайна начинается в те же годы, что и распространение идей психоанализа. Оба феномена значительно обусловлены

развитием культуры городов в середине XIX в. Сам З. Фрейд родился пятью годами позже имевшей далекоидущие последствия Всемирной промышленной выставки в Лондоне (1851), наглядно продемонстрировавшей тупиковый характер эклектичного декорирования предметов, имеющих одинаковую исходную структуру [3, 24–37]. Годы его юности совпадают со временем появления проектов по созданию целостной индивидуализированной предметно-пространственной среды, в том числе и представителями венского «Сецессиона» [5, 123]. Первая треть XX в. ознaменована как институционализацией дизайна и его продуктов (таких как фирменный стиль, шрифт, упаковка; мебель и одежда, производимые промышленным способом; частично — транспортные средства и предметы быта (например, [2])), так и усилением авторитета психоанализа, включая формирование моды на него (например, [10]). Вряд ли достаточно говорить только о влиянии теории на практику. Скорее всего, проектные установки дизайнеров и исследовательские установки представителей классического психоанализа представляют собой проявления (и вместе с тем части) единого процесса эмансипации личности, активно происходящего в это время.

Когда З. Фрейд доказывает наличие у человека такой субстанции, как бессознательное, то он изначально понимает ее как *динамическую* и, следовательно, *индивидуальную*: бессознательное наполнено разнонаправленными, зачастую противоположными, стремлениями и влечениями (*Трибе*), которые не осознаются его носителем. Картина психической жизни текуча и изменчива, более-менее устойчивы лишь комплексы желаний и стремлений. Она внутренне противоречива и конфликтна, поскольку большинство элементов имеют амбивалентный характер.

Целостному и изменчивому человеку необходим целостный и разнообразный предметный мир вокруг него, тогда как коммерческий дизайн XX в. сделал очень многое не только для обеспечения выбора, но и для избыточного производства вещей, замусоривания среды обитания.

Постулат о динамически устроенной психике позволяет учитывать изменения во взаимоотношениях между человеком и его предметным окружением. По З. Фрейду, бессознательное генетически *первично* по отношению к другим компонентам психики, служит основой их появления и формирования. В конечном счете именно оно управляет всеми мыслями и поступками человека, стоит за каждым продуктом его деятельности, влияет на восприятие культуры и внешнего окружения. Психоаналитическая теория дает методологическую основу для выявления определенных закономерностей в поведении и пристрастиях человека (хотя с тотальностью роли прошлого можно не согласиться), формирования стихийной моды, выбора паттернов предметного мира и образцов повседневного поведения. Например, тренды в дизайне одежды между мировыми войнами явно представляют собой реакцию на трагические обстоятельства: наиболее наглядна стилистика «вамп» — следствие отсутствия мужчин и попытка замещения этого отсутствия поиском мужских черт в самой женщине, остающейся женщиной.

Содержание бессознательного индивидуально у каждого отдельного человека. Это предполагает индивидуализацию среды обитания, в том числе предметной.

Типологизировать потребителей, конечно, возможно, иначе не состоится или не будет эффективным дизайн. Но наряду с количественными методами оценки аудитории нужно использовать качественные, учитывающие мотивацию, стереотипы, потребности, установки и т. п.

Сделать эту работу более результативной позволяет произведенный З. Фрейдом (под сильным влиянием И. В. Гёте и И. Канта, позже развиваемый О. Шпенглером и К. Г. Юнгом) не утративший своего потенциала теоретический ход, связанный с выделением общих форм и конкретным их наполнением. Так, трехчастная структура психики предполагается присущей всем людям. Ее наполнение индивидуально, формируется при жизни. Топика души человека предстает как открытая динамичная система, от содержания устойчивых структурных элементов которой зависит направление деятельности и мышления в каждом отдельном случае (что не исключает исследовательской возможности выведения типичных психик, вкусов, моделей поведения и т. п.). Такой подход позволяет быть последовательно диалектичными в отношении частного и общего, единичного и типового. Он может использоваться и дизайнерами, для которых, в том числе по экономическим причинам, непозволительно «соскальзывание» в единичные формы.

Следствиями более индивидуализированного и динамичного подхода к дизайну являются:

- идея *ясности* и простоты дизайнерских форм, делающих их понятными самым разным людям (Дж. Нельсон, Д. Норман, концепция «универсального дизайна» Р. Мейса);
- переход от завершенных ансамблевых решений в интерьере и костюме к более варибельным *комплектам*, в том числе формируемым на протяжении некоторого времени;
- использование *сменяемых элементов и модулей*, подбираемых или выполняемых с учетом системы ценностей или вкусов людей различных категорий;
- появление *интерактивных* форм, достраиваемых потребителем в рамках, предусмотренных дизайнером.

Углубление представлений о проектном творчестве

Если бессознательное составляет основу всего прижизненного «багажа», то по продуктам деятельности человека, неважно, материальной или духовной, можно судить о ландшафте психической жизни, что и делает З. Фрейд, исследуя, например, политическую биографию В. Вильсона [8] или творчество Леонардо да Винчи, И. В. Гёте, Ф. М. Достоевского [7]. Обратной стороной такого подхода будет признание того, что формы внешнего мира могут соответствовать бессознательным стремлениям, как бы подталкивая к себе человека. Например, если вслед за Фрейдом считать, что сновидение имеет символический характер и его образы отсылают к неосознанным влечениям и желаниям, то можно предположить, что совпадающие с ними формы предметов или объектов будут распознаваться до участия сознания, быстрее и непосредственнее, минуя пороги восприятия.

О том, какими могут быть эти формы, говорят К. Г. Юнг в учении об архетипах и А. Бретон в первом манифесте сюрреализма [1].

Легитимный выход энергии бессознательного на «поверхность» возможен, по З. Фрейду, лишь как сублимация, в первую очередь в художественном творчестве. Мы не ставим задачу подвергать подобный подход критике, ведь трактовка художника как невротика, реализующего подавленные реальностью инстинкты, очевидно грешит узостью и критиковалась много раз. Поэтому постараемся выделить наиболее продуктивные моменты фрейдовской теории художественного творчества для теории и практики формообразования в дизайне.

Искусство, по мнению З. Фрейда, вызывается к жизни глубокими бессознательными побуждениями творца. Эта идея представляет собой безусловный вклад в общую теорию творчества, до сегодняшнего дня не объясняющую истоки появления нового. Согласно психоанализу новые формы порождаются прошлыми переживаниями, прошедшими через бессознательное.

С другой стороны, восприятие искусства связано с освобождением зрителя от его собственного, но аналогичного душевного напряжения. Поскольку речь идет о любых художественных формах, без деления на материальные и духовные, то все средства выражения, от структуры текста до фактуры материала, способны привести к этому эффекту. Граница между искусством и другими видами эстетической деятельности исчезает, и можно утверждать, что в случае, когда неосознанные творческие импульсы дизайнера совпадают с направленностью бессознательных влечений группы людей, формы его продукции будут привлекательны для них. То есть, несмотря на рационализм дизайна в целом, необходимо признать наличие иррационального компонента в проектном мышлении и во взаимодействии дизайнера с потребительской аудиторией. Просчитать подобного рода совпадение почти невозможно, ведь для выведения бессознательного в сферу сознания самим проектировщиком нужны определенные усилия. Речь идет скорее о внутреннем ощущении, интуиции того, что необходимо потребительской аудитории в данный момент времени, и о творческом предвосхищении ее ожиданий.

Роль бессознательного в структурировании и освоении предметного мира

Бессознательное, согласно З. Фрейду, *генетически первично* для человека и культуры. Оно помогает ориентироваться, осваивать мир, упрощая картину представлений о нем. Если согласиться с подобной оценкой роли бессознательного, можно объяснить, почему в более поздние эпохи возрастающее усложнение духовной и материальной культуры усиливает предрасположенность людей к восприятию *простых* форм.

Обращение дизайна к таким формам практически не исследовано, но имеет далекоидущие последствия. В частности, 1990-е гг., с их тягой к минимализму, никогда не могут быть полностью поняты без учета коллективных ожиданий (аффектов, стремлений) переломного момента Миллениума, с одной стороны, и переходного состояния культуры, как бы подталкивающего людей к неосознанному

стремлению к простоте, с другой. Мода на «коконы» и геометрический лаконизм в интерьере и костюме второй половины 1990-х гг., простые по форме мебель (К. Рашид, Ю. Бей, М. Клессон), аксессуары (Ф. Старк), шрифты и графические решения (Дж. Маеда, М. Купер, Р. Кеглер) этого времени демонстрируют отчетливую тенденцию, свидетельствующую о стремлении к понятности и стабильности мира.

Объяснять это простой реакцией на стилевую перегруженность и барочную чрезмерность предшествующих 1980-х — значит, непозволительно схематизировать процесс. Тем более что периоды «чистоты» на протяжении последних столетий сравнительно редки. Барокко или модерн, ампи́р или эклектика второй половины XIX в., дореволюционный купеческий русский или послевоенный американский интерьеры в различной степени чрезмерны деталями, декором, формами. Сопоставив, можно заметить, что самые благоволящие к индивиду культуры создают наиболее пышные формальные решения. Так, период барокко, сакрализуя частную жизнь во всей полноте ее проявлений, оставляет после себя часы, мебель, костюмы, кареты весьма избыточных форм и объемов. Напротив, наиболее напряженные для человека периоды развития культуры сопровождаются разработкой лаконичных, простых форм.

Посмотрев несколько иначе, можно сказать, что в неблагоприятные моменты социальной истории дизайнеры предлагают, а люди востребуют то, что требует наименьших усилий по освоению, словно компенсируя избыточность других действий или размышлений. Поняв эту закономерность, дизайнеры могут анализировать ту или иную социокультурную ситуацию и, в зависимости от умонастроений и состояния людей, более доказательно предлагать простые или, наоборот, более усложненные формы.

Негативные качества жизни во второй половине XX в. как никогда ранее обусловлены воздействием техники на жизнедеятельность и сознание. Ученик З. Фрейда, Эрих Фромм, связывает ослабевание интереса «к людям, к природе, к живым структурам и одновременно растущее внимание к механическим, неживым объектам» [9, 37]. Он говорит о том, что интерес к механическим объектам может заслонить интерес к жизни и превратить самого человека в подобие механизма. Воздействуя в первую очередь на сверх-Я, механическая культура агрессивно вторгается в психическую жизнь. Ее переизбыток вытесняется в бессознательное. Человек как бы забывает некоторые факты, обстоятельства, законы механического мира в силу их чужеродности. Однако его бессознательное становится при этом все более переполненным влечениями, стремлениями, желаниями, которые требуют выхода, притом легитимного для данной культуры, приемлемого, безопасного для других людей. Одним из наиболее полных и вероятных способов сублимации энергии бессознательного является искусство. Но механическая жизнь не предполагает искусства и эстетики. Клубок влечений так и остается внутри человека, грозя взрывом, катастрофой. Чем более изощренные формы принимает механическое воздействие, тем больше опасность нарастания жизнеотрицающих сил и инстинктов. Я оказывается под двойным давлением: как «сверху» — со стороны сверх-Я, так и «снизу» — со стороны бессознательного.

Сказанное ставит перед дизайнерами, проектирующими технические устройства, довольно сложный этический вопрос о необходимости и возможности их эстетизации. Попытки завуалировать чуждость техники, ее принципиально отличной от живой формы организации (Л. Колани, С. Джованиони, Дж. Айв, создавший Apple iMac в 1998 г., серия собак-роботов AIBO от компании Sony с 1999 г.) еще не получили однозначной оценки, однако их двойственность очевидна: создавая обтекаемую биоморфную эстетически совершенную внешнюю форму, дизайнер дистанцирует потребителя от технической «сути» и вместе с тем формирует положительное, доходящее до восторга и преклонения, отношение к предмету, не обладающему способностью позитивно воздействовать на психику.

Дизайн для детей: двойная ответственность

Бессознательное формируется в детском возрасте [6], что делает *детство* наиболее ответственным этапом развития человека. Информация, которая закладывается здесь, во многом определяет последующую жизнь. Как уже говорилось, у З. Фрейда человек полностью детерминирован своим прошлым и не в состоянии уйти от него. Даже избегая подобной абсолютизации, необходимо признать особую ответственность дизайнера за вещи и формы, предназначенные детям. Они не могут быть уменьшенными копиями взрослых вещей, хотя какая-то их часть, используемая для социализации ребенка и активизирующая его способность к подражанию, таковыми является. Сегодня, наряду с проблемами охраны здоровья ребенка, можно ставить проблемы *экологии психики*. Игрушки, формирующие потребительское (пассивное) отношение к миру, калечащие зрение, осязание, вкус детей, появились только в прошлом столетии, а значит, дизайнеры несут ответственность за это. В погоне за рыночным успехом они допускают ходы, которые, будучи примененными во «взрослом» дизайне, вызвали бы протест. Происходящая эксплуатация познавательной активности ребенка страшна своими далекоидущими последствиями и нуждается в дополнительных квалифицированных исследованиях.

Возможно ли «женское пространство»?

В индивидуальное бессознательное, по З. Фрейду, входят два вида разнонаправленных влечений, образующих *мужскую* и *женскую* части психики, присутствующие у каждого человека независимо от его физического пола. Это позволяет поставить вопрос не только об идентификации человека, но и о компенсации возможной недостающей части бессознательного с помощью различных предметов, их формальных качеств, цветового решения и т. п. В особенности эта связь физического и психического может учитываться в «ближних» человеку вещах, прежде всего в одежде, аксессуарах, инструментах. Наглядно и безупречно стильно эту связь демонстрирует дизайн одежды Э. Скьяпарелли конца 1920 — начала 1930-х гг., сформированный под влиянием сюрреализма.

Рационализация архитектуры и дизайна, восходящая к римской античности и длящаяся вплоть до неоконструктивизма ХХI в., приводит к тому, что в современном мире доминирует пространство, сформированное по «мужским» законам, — рациональное, геометричное, функциональное, дифференцированное, «квадратное». Интенсивная разработка гендерной проблематики в последние десятилетия почти не затрагивает предметность; на вопросы о возможности и необходимости «женского» пространства, «женских» мест в какой-либо общественной зоне и т. п. дизайнеры отвечают по-разному, отталкиваясь скорее от вкусовых пристрастий, нежели от какой-либо интеллектуальной конструкции. Культурологи и социологи, изучающие тексты культуры, вообще не берут в расчет возможность совпадения или компенсации недостающего психического начала с помощью предметных форм. Этот момент необходимо изучать отдельно, в том числе на эмпирическом уровне.

Стремление З. Фрейда рационализировать бессознательное привносит в модель человека, используемую в дизайн-проектировании, большую гибкость за счет введения представлений о динамике и взаимовлиянии всех структур психики. В свою очередь, более глубокое и полное представление о человеке, которому адресован дизайн, необходимо для создания гуманистичного предметного мира.

Идеи З. Фрейда пока практически не используются дизайнерами, но коррелируют с основными тенденциями в области формообразования последнего столетия. Их сближение с предметной сферой и осознанное применение в проектной практике повысит «точность попадания» продуктов в задачи, которые ставят перед ними различные группы пользователей. Это особенно важно в период бурной гуманизации и ухода от коммерческих приоритетов, переживаемый сегодня всеми видами дизайна.

1. Антология французского сюрреализма: Двадцатые годы / сост. С. А. Исаев, Е. Д. Гальцова. М., 1994.

2. Бхаскаран Л. Дизайн и время: Стили и направления в современном искусстве и архитектуре. М., 2007.

3. Быстрова Т. Ю. Вещь, форма, стиль: введение в философию дизайна. Изд. 2-е, перераб. и доп. М.; Екатеринбург, 2017.

4. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / пер. с англ. под ред. В. Домнина, А. Сухенко. СПб., 2005.

5. Сарабьянов Д. Стиль модерн: Истоки, история, проблемы. М., 1989.

6. Фрейд З. Психология бессознательного : сб. произведений. М., 1990.

7. Фрейд З. Художник и фантазирование / пер. К. М. Долгова ; под ред. Р. Ф. Додельцева. М., 1995.

8. Фрейд З., Буллит У. Томас Вудро Вильсон, 28-й президент США: Психологическое исследование. М., 1992.

9. Фромм Э. Адольф Гитлер: Клинический случай некрофилии. М., 1992.

10. Эткинд А. М. Эрос невозможного: История психоанализа в России. М., 1994.